

CSR4 TOURISM

INOVACIJE ZA POSLOVANJE

1. SAŽETAK

U ovom modulu ćete pronaći:

Uvod

Upravljanje podacima

- Upravljanje podacima
- Izvještavanje o podacima

Alati za upravljanje projektima

- CSR u upravljanju projektima
- Alati za odgovorno upravljanje projektima

Dugoročne strategije i planiranje

- Prednosti CSR strategije za tvrtke
- Integriranje CSR-a u dugoročnu strategiju poslovanja

Financijske prilike

- Europski održivi financijski okvir
- Financijske prilike za tvrtke kroz CSR Reference

2. UVOD

Korporativna društvena odgovornost i inovacija ključni su pokretači rasta poslovanja, a posebno u sektoru turizma. Zaista, turistička industrija intrinzično je povezana s stalnom evolucijom društvenih trendova i ekološkim potrebama za održivost. Stoga su turistička poduzeća stalno izazvana na inovacije kako bi pružila usluge i rješavala probleme koji su u skladu s trenutnim ciljevima na lokalnoj, nacionalnoj ili globalnoj razini. Turistička poduzeća moraju pristupiti tim izazovima kao prilikama za inovacije koje će doprinijeti pozitivnom društvenom i održivom napretku. U srcu poslovnih praksi koje podržavaju CSR, transparentno i organizirano upravljanje podacima, alati za upravljanje projektima usmjereni na čovjeka,

održivo planiranje i pravedne financijske strategije, ključni su faktori inovacija unutar poslovanja.

3. UPRAVLJANJE PODACIMA

3.1 UPRAVLJANJE PODACIMA

Svako poslovanje proizvodi i oslanja se na značajnu količinu podataka. Kako se svijet podataka neprestano širi, poslovanja moraju upravljati sve većim količinama podataka kako rastu. Ako su podaci temeljno sredstvo poslovanja, upravljanje velikim količinama podataka može biti skupo i izazovno. Podaci se prikupljaju ili interno ili se kupuju izvana od klijenata i krajnjih korisnika, potrebno ih je obraditi, a zatim pohraniti. Ti koraci zahtijevaju puno ljudskog rada i učinkovite digitalne performanse, kao i fizički prostor za pohranu. Svaki korak treba poštovati etičke prakse, poput etičkog i transparentnog načina prikupljanja podataka i opterećenja ljudskih prava u obradi podataka; ali također treba biti svjestan ekološkog otiska koji pohrana podataka može imati, s potrebom za velikim infrastrukturnim sustavima za pohranu podataka, kao i električnom i vodnom potrošnjom tih centara. Stoga je za poslovanja ključno učinkovito upravljati svojim podacima kako bi zadovoljila te izazove i pratila održivi CSR pristup. Prednosti dobrog upravljanja podacima za poslovanje mogu se vidjeti na internim, ekološkim i financijskim razinama. Poslovanja mogu odabrati kartiranje svojih podataka s unutarnjim standardiziranim referentnim sustavom ili mogu koristiti usluge agencije za obradu podataka. Razvrstavanje podataka pomaže smanjiti količinu podataka koja se mora obraditi, čime se smanjuju troškovi obrade i zahtjevi za pohranu. Također pomaže osigurati da su podaci točni, dosljedni i prijavljeni na transparentan način, pomaže u izbjegavanju dupliranja podataka, smanjuje potencijalne pogreške, štedi vrijeme, olakšava dijeljenje podataka, osigurava integritet istraživanja i validaciju rezultata, osigurava odgovornost i donošenje boljih poslovnih odluka. Ako se podaci upravljaju interno, obrada podataka trebala bi biti organizirana od strane osobe zadužene za praćenje CSR pristupa, poput glavnog podatkovnog časnika. Glavni podatkovni časnik ne samo da osigurava da poslovanje ukloni nepotrebne podatke i doprinosi odgovornoj slici poslovanja, već i osigurava da se podaci prijavljuju prema CSR i europskim smjernicama o transparentnosti i odgovornosti podataka.

Alat za učenje: [Webinar o upravljanju podacima](#)

3.2 IZVJEŠTAVANJE

Izveštavanje o podacima čini vaše poslovne podatke dostupnima javnosti. Kako je navedeno na internetskoj stranici Europske komisije o izvještavanju o korporativnoj održivosti, "EU zakon zahtijeva od svih velikih poduzeća i svih javnih poduzeća (osim javnih mikro poduzeća) da objave informacije o svojim rizicima i prilikama koje proizlaze iz društvenih i okolišnih pitanja, te o utjecajima svojih aktivnosti na ljude i okoliš." Direktiva o izvještavanju o korporativnoj

održivosti (CSRD) uvrštena je u europske zakone od 2017. godine, i prvi su je usvojili zemlje poput Francuske i Danske. Službeno je stupila na snagu 5. siječnja 2023. godine, pružajući novi set pravila o objavljivanju društvenih i ekoloških informacija koje poslovanja moraju prijaviti. Poslovanja moraju izvještavati svoje podatke prema Europskim standardima izvještavanja o održivosti (ESRS) kako bi dosljedno i transparentno izvještavala o ne-financijskim aktivnostima poslovanja kao što su:

- pitanja okoliša
- društvena pitanja i postupanje prema zaposlenicima
- poštovanje ljudskih prava
- borba protiv korupcije i mita
- raznolikost u upravnim odborima tvrtki (u pogledu dobi, spola, obrazovne i profesionalne pozadine)

Direktiva osigurava da se podaci izvještavaju na ujednačen način u cijeloj EU. Podaci koji se prijavljuju pružaju informacije o stanju poslovanja. Ne radi se samo o financijskim informacijama poslovanja, već i o ne-financijskim informacijama, koje odgovaraju na osnovna pitanja temeljena na CSR pristupu. Izvještavanje se može obaviti putem popisa zabilježenih činjenica i brojeva, u Excel datoteci ili alatu za vizualizaciju podataka.

Alat za učenje: [pogledajte ovaj webinar o tome kako izvještavati](#) o održivosti.

4. ALATI ZA UPRAVLJANJE PROJEKTIMA

4.1 DOP U UPRAVLJANJU PROJEKTIMA

Glavni razlog za pokretanje projekta ili poslovanja je potreba za promjenom. Ako tvrtka teži generiranju profita, također teži stvaranju pozitivne promjene, bilo da je riječ o proizvodu, usluzi, strategiji ili programu. Međutim, pokretanje projekta uključuje mnogo aspekata mnogo većih od samog projekta. Jedan ključni aspekt projekta su ljudi koji su uključeni u njega, dionici. Ti dionici mogu biti kupci, potrošači, dobavljači, vlada, lokalne zajednice gdje će se projekt odvijati. U turističkoj industriji posebno, angažiranje s dionicima ključan je korak od faze razvoja projekta sve do upravljanja projektom. Upravljanje projektom također znači uzeti u obzir ekološki utjecaj koji bi projekt mogao imati. Ako je projekt osmišljen radi generiranja profita, može imati trošak za društvo i/ili za okoliš, stoga je korporativna odgovornost projekta reinvestirati svoje dobitke kako bi se pozitivno doprinijelo društvu i okolišu. Stoga projektni menadžeri imaju odgovornost provesti CSR strategije u svim aspektima projekta, od njegova stvaranja do provedbe. Oni preuzimaju odgovornost za utjecaj koji aktivnosti projekta imaju, ne samo s pravnog stajališta, već i putem dobrovoljne inicijative doprinosa poboljšanju kvalitete društva općenito.

4.2 ALATI ZA ODGOVORNO UPRAVLJANJE PROJEKTOM

Kako bi postigli ciljeve projekta uz poštovanje CSR pristupa i direktive, projektni menadžeri mogu koristiti razne alate koji imaju ili ekološki ili socijalni fokus. Postoje mnogi alati koji se mogu primijeniti na sve vrste poslovanja kako bi se osiguralo da projekt slijedi ekološke standarde. Za turističke projekte i poslovanja, potrebno je integrirati alate koji podržavaju koncepte održivosti kao što su čišća proizvodnja, upravljanje okolišem ili ekoturizam, među ostalima. Neki alati koji pružaju vrijedne uvide o tome kakav je utjecaj projekta u ovom specifičnom sektoru su alati za procjenu. Matrica u nastavku pruža jasan pregled nekih alata za procjenu i za koje koncepte održivog turizma su najprimjenjiviji. Svaki alat je detaljno opisan u ovom [komparativnom pregledu](#).

<i>Tools</i>	<i>Concepts</i>				
	<i>Ecotourism</i>	<i>Cleaner production</i>	<i>Environmental management</i>	<i>Ecolabelling</i>	<i>Tourism carrying capacity</i>
Sustainability Indicators (SI)	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Environmental Impact Assessment (EIA)	✓	✓	✓✓	✓	✓✓
Life Cycle Assessment (LCA)	✓	✓✓	✓✓	✓	-
Environmental Auditing (EA)	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Ecological Footprint (EF)	✓	✓✓	✓✓	-	-
Multi-Criteria Analysis (MCA)	-	✓✓	✓✓	-	-
Adaptive Environmental Assessment (AEA)	✓	✓	✓✓	✓	✓✓

Notes: ✓✓ : Tool is currently used to support the concept for sustainability assessment in tourism.
 ✓ : Tool has been used in other industries and has been promoted by tourism researchers to support the concept, but has not yet been used for tourism.
 - : Tool is not designed for and cannot be used to support the concept.

izvor [slike](#).

5. DUGOROČNE STRATEGIJE I PLANIRANJE

5.1 PREDNOSTI DOP STRATEGIJA ZA PODUZEĆA

S obzirom na to da se poslovanja i projekti sve više traže da budu usmjereni na utjecaj kako bi bili u skladu s aktualnim društvenim i ekološkim pitanjima, bitno je da poslovanje ima jasne ciljeve i implementira strategije korporativne odgovornosti. Postavljanje ciljeva korporativne odgovornosti može biti vrlo izazovan zadatak i jedinstven je za svako poslovanje jer su ciljevi povezani s brendom, strategijom i kulturom poslovanja. Imati CSR pristup prilikom planiranja i postavljanja ciljeva donosi mnoge koristi za poslovanje. Neki od tih koristi su:

- CSR dodaje vrijednost poslovanju, konačno pomažući izgradnju jače slike brenda i dobre korporativne reputacije.
- CSR pomaže povećati konkurentnost jer poslovanje gradi jači odnos s kupcima, povećavajući lojalnost kupaca i prodaju.
- CSR pomaže smanjiti operativne troškove jer poslovanje efikasno investira.
- CSR poboljšava angažman zaposlenika u poslovanju i pomaže zadržati talente.
- CSR poboljšava pouzdanost poslovanja i povećava volju investitora da podrže poslovanje.
- CSR poboljšava razumijevanje i usklađenost poslovanja s zakonima i direktivama, smanjujući tako regulatorna opterećenja poslovanja.

5.2 INTEGRACIJA DOP-A U DUGOROČNU STRATEGIJU POSLOVANJA

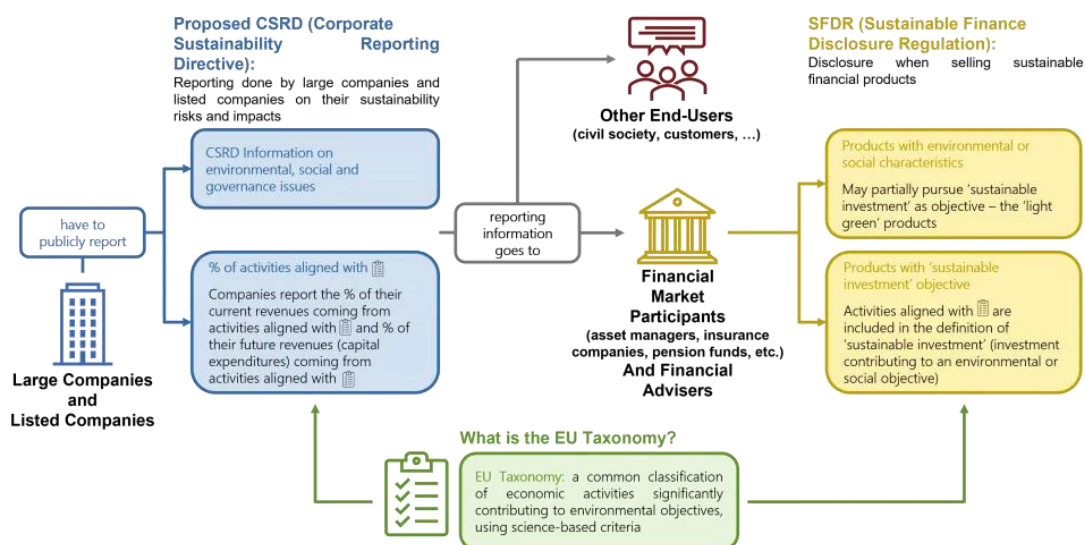
Jaka društvena i ekološka strategija mora biti izgrađena kako bi CSR prakse bile učinkovite u poslovanju. Kako bi se iskoristile sve prednosti CSR pristupa, dugoročna strategija poslovanja mora biti usklađena s brendom, transparentna, dobro utemeljena i vođena javnim interesom. Poslovanje mora imati jasno razumijevanje i viziju vrijednosti CSR-a te kako ih integrirati u svoje strateško planiranje. Uključivanje CSR-a u poslovnu strategiju sada se smatra najboljom praksom, i svako poslovanje mora definirati svoj CSR koncept. Prvi korak u integriranju CSR-a u strategije poslovanja je dobivanje uvida izravno od dionika putem anketa među kupcima, povratnih informacija od zaposlenika ili procjene potreba zajednice. Uključivanje dionika u rane faze strategije poslovanja ključno je za identificiranje zajedničkih područja interesa i potreba koje se mogu implementirati u poslovnu strategiju, dok se povezuju s CSR-om poslovanja. Ovaj prvi korak vodi poslovanje prema uspostavljanju svojih temeljnih vrijednosti i razvijanju strategije oko njih koja ostaje autentična na dugi rok. Vrijednosti poslovanja i CSR koncept trebaju se pretvoriti u konkretne ciljeve i rezultate koji su usklađeni s identitetom poslovanja i ostaju dosljedni tijekom trajanja poslovanja. Ostati vjeran ciljevima poslovanja na dugi rok ključno je za uspješnu integraciju CSR strategije, budući da je jedan od važnih

aspekata CSR pristupa transparentnost. Bitno je da su zaposlenici poslovanja obučeni o CSR konceptu poslovanja kako bi cijeli tim radio prema istom cilju na temelju zajedničkog znanja. Konačno, integracija CSR-a u poslovnu strategiju ne može zanemariti važnost procjene, izvještavanja i reagiranja na nove potrebe. Zaposlenici se mogu educirati. Stoga je dugoročna vizija nužna kako bi poslovanje slijedilo put koji ostaje dosljedan svrsi i vrijednostima, istovremeno ostajući vjeran CSR praksama.

6. FINANCIJSKE PRILIKE

6.1 EU OKVIR ODRŽIVIH FINANCIJA

U skladu s CSRD-om i inicijativom EU-a za poboljšanje izvještavanja podataka, održiva financijska strategija također se spominje kao dio Zelenog sporazuma. Također poznata kao SFDR, Uredba o otkrivanju održive financije zahtijeva da financijske tvrtke objavljuju informacije o održivosti utjecaja svojih financijskih proizvoda kako bi osigurale veću transparentnost u poslovnim procesima diljem Europe. Ova direktiva usmjerena je na tvrtke koje pružaju financijsku uslugu, banke i osiguravajuća društva, i nadopunjuje CSRD, zajedno sastavljajući dio EU-ova okvira održive financije koji ukorijenjuje održivostne čimbenike na različitim razinama gospodarstva. Grafikon u nastavku daje pregled o čemu se radi u ovoj strategiji



[Slika izvor](#)

6.2 FINANCIJSKE MOGUĆNOSTI ZA PODUZEĆA KROZ DOP

Ako usvojite a DOP strategija limenka biti vidio kao biće skupo, a Orijentiran na DOP strategija zapravo može donijeti financijsku korist poslu. Doista, strategija DOP-a može pomoći u poboljšanju financijskog učinka smanjenjem troškova upravljanja podacima, povećanjem zadovoljstva i lojalnosti kupaca, povećanjem internih inovacijskih sposobnosti i poboljšanjem ugleda tvrtke. Stoga strategija DOP-a može imati pozitivan učinak na profit poduzeća jer minimizira ulaganja i maksimizira rezultate. Ovaj povrat ulaganja može se vidjeti tek nakon održavanja dugoročne strategije. Međutim, ako poduzeće može dobiti strateški financijski dobiti kroz CSR, the posao također treba djelovati odgovorno i a "trošak korist analiza" moć biti a dobro alat za poduzeće kako bi identificirali financijske mogućnosti koje DOP pristup može donijeti. Financijske koristi su istaknuto po Orlitzky, Schmidt, i Rynes, WHO imati pronađeno korelacija između društvenog/ekološkog učinka i financijskog učinka. Doista, kao potreba za potrošači do povjerenje a poslovanje je sada veća od ikad, DOP može biti a značajan korist do posao s povjerenjem potrošača odgovornijih poduzeća. U a ukratko, tamo su nekoliko financijski prednosti za a poslovanje usvojiti DOP strategiju:

1. povećana prodaja i lojalnost kupaca
2. ušteda operativnih troškova
3. bolji financijski učinak
4. veća sposobnost privlačenja talenata i zadržavanja osoblja

7. REFERENCE I "ZA ONE KOJI ŽELE ZNATI VIŠE"

- <https://www.sqli.com/int-en/insights-news/blog/data-governance-major-tool-you-ur-csr-pristup>
- https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/com-izvješćivanje-i-revizija-kompanije/izvješćivanje-tvrtke/izvješće-održivosti-korporacije-ing_en#:~:text=in%20November%202022,.the%20digitalization%20of%20sustainability%20information
- <https://www.pmi.org/learning/library/corporate-social-responsibility-means-project-manager-8368#:~:text=Projekt%20menadžeri%20imaju%20%20sposobnost,c tvrtka%2C%20as%20well%20as%20society>





- https://www.researchgate.net/publication/37621342_Concepts_and_Tools_for_Sveobuhvatne_procjene_odzivnosti_za_turističke_destinacije_A_Usporedni_prikaz
- <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/esg/corporate-social-responsibility-csr/>
- <https://hbr.org/2021/09/your-csr-strategy-needs-to-be-goal-driven-achievable-i-autentičan>
- https://project-management.com/fulfilling-corporate-social-responsibilities-in-p-upravljanje_projektom/
- <https://www.ffe.de/en/publications/info-what-is-the-corporate-sustainability-reporting-direktiva/>
- <https://everfi.com/blog/financial-education/why-corporate-social-responsibility-i-s-više-nešto-financijske-institucije-mogu-ignorirati/>

